Nº 11-621-M au catalogue, nº 80
ISSN 1707-0511
ISBN 978-1-100-92277-5

Document analytique

Analyse en bref

Les détaillants en concurrence pour les parts de marché : bilan de 2008 des ventes au détail

par Ashley Ker, Division de la statistique du commerce

Division de la statistique du commerce
11e étage, Édifice Jean-Talon, 170 promenade Tunney's Pasture, Ottawa, ON K1A 0T6

Téléphone : 1-800-263-1136

Statistique Canada Statistics Canada

Canada

Comment obtenir d'autres renseignements

Pour toute demande de renseignements au sujet de ce produit ou sur l'ensemble des données et des services de Statistique Canada, visiter notre site Web à *www.statcan.gc.ca*. Vous pouvez également communiquer avec nous par courriel à *infostats@statcan.gc.ca* ou par téléphone entre 8 h 30 et 16 h 30 du lundi au vendredi aux numéros suivants :

Centre de contact national de Statistique Canada

Numéros sans frais (Canada et États-Unis) :	
Service de renseignements	1-800-263-1136
Service national d'appareils de télécommunications pour les malentendants	1-800-363-7629
Télécopieur	1-877-287-4369
Appels locaux ou internationaux :	
Service de renseignements	1-613-951-8116
Télécopieur	1-613-951-0581
Programme des services de dépôt	
Service de renseignements	1-800-635-7943
Télécopieur	1-800-565-7757

Comment accéder à ce produit

Le produit nº 11-621-M au catalogue est disponible gratuitement sous format électronique. Pour obtenir un exemplaire, il suffit de visiter notre site Web à *www.statcan.gc.ca* et de choisir la rubrique « Publications ».

Normes de service à la clientèle

Statistique Canada s'engage à fournir à ses clients des services rapides, fiables et courtois. À cet égard, notre organisme s'est doté de *normes de service à la clientèle* que les employés observent. Pour obtenir une copie de ces normes de service, veuillez communiquer avec Statistique Canada au numéro sans frais 1-800-263-1136. Les normes de service sont aussi publiées sur le site *www.statcan.gc.ca* sous « À propos de nous » > « Offrir des services aux Canadiens ».

Statistique Canada
Division de la statistique du commerce

Les détaillants en concurrence pour les parts de marché : bilan de 2008 des ventes au détail

par Ashley Ker, Division de la statistique du commerce

Publication autorisée par le ministre responsable de Statistique Canada

© Ministre de l'Industrie, 2009

Tous droits réservés. Le contenu de la présente publication électronique peut être reproduit en tout ou en partie, et par quelque moyen que ce soit, sans autre permission de Statistique Canada, sous réserve que la reproduction soit effectuée uniquement à des fins d'étude privée, de recherche, de critique, de compte rendu ou en vue d'en préparer un résumé destiné aux journaux et/ou à des fins non commerciales. Statistique Canada doit être cité comme suit : Source (ou « Adapté de », s'il y a lieu) : Statistique Canada, année de publication, nom du produit, numéro au catalogue, volume et numéro, période de référence et page(s). Autrement, il est interdit de reproduire le contenu de la présente publication, ou de l'emmagasiner dans un système d'extraction, ou de le transmettre sous quelque forme ou par quelque moyen que ce soit, reproduction électronique, mécanique, photographique, pour quelque fin que ce soit, sans l'autorisation écrite préalable des Services d'octroi de licences, Division des services à la clientèle, Statistique Canada, Ottawa, Ontario, Canada K1A 0T6.

Juillet 2009

Nº 11-621-M au catalogue, nº 80

ISSN 1707-0511
ISBN 978-1-100-92277-5

Périodicité : hors série

Ottawa

This publication is also available in English.

Note de reconnaissance

Le succès du système statistique du Canada repose sur un partenariat bien établi entre Statistique Canada et la population, les entreprises, les administrations canadiennes et les autres organismes. Sans cette collaboration et cette bonne volonté, il serait impossible de produire des statistiques précises et actuelles.

Information pour l'usager

Signes conventionnels

Les signes conventionnels suivants sont employés uniformément dans les publications de Statistique Canada :

.	indisponible pour toute période de référence
..	indisponible pour une période de référence précise
...	n'ayant pas lieu de figurer
0	zéro absolu ou valeur arrondie à zéro
0s	valeur arrondie à 0 (zéro) là où il y a une distinction importante entre le zéro absolu et la valeur arrondie
p	provisoire
r	révisé
x	confidentiel en vertu des dispositions de la *Loi sur la statistique*
E	à utiliser avec prudence
F	trop peu fiable pour être publié

Table des matières

Les détaillants en concurrence pour les parts de marché : bilan de 2008 des ventes au détail

1	Résumé	4
2	Les Canadiens ont consacré une plus grande part de l'argent dépensé chez les détaillants aux aliments et aux carburants pour véhicules automobiles en 2008	4
3	Les ventes de carburants pour véhicules automobiles ont été le plus important contributeur à la croissance des ventes au détail	6
4	Seul le groupe des véhicules automobiles, pièces et services a baissé en 2008	7
5	Baisse du taux de croissance des ventes de produits de santé et de soins personnels	8
6	Baisse des ventes au détail au quatrième trimestre de 2008, première baisse d'une année à l'autre en plus de 15 ans	8
7	Les magasins de marchandises diverses ont accru leur part de marché en 2008	9

Au sujet de l'article 12

À propos d'Analyse en bref 13

Liste de distribution - abonnement gratuit 14

Bilans annuels antérieurs 15

Les détaillants en concurrence pour les parts de marché : bilan de 2008 des ventes au détail

par Ashley Ker, Division de la statistique du commerce

1 Résumé

Le présent rapport est le deuxième de deux bilans annuels portant sur le commerce de détail en 2008. Le premier rapport, intitulé « Commerce de détail : bilan des provinces pour 2008 », a révélé qu'en 2008 au Canada, les ventes au détail ont progressé au rythme le plus lent observé depuis 1996, en grande partie à cause d'un fléchissement des ventes des concessionnaires d'automobiles neuves et d'un recul général des ventes au quatrième trimestre. Le deuxième rapport porte sur le profil des ventes de marchandises par les détaillants au Canada.

En 2008, les Canadiens ont consacré une plus grande part de l'argent qu'ils ont dépensé chez les détaillants à des articles achetés fréquemment, comme des aliments et des boissons, ainsi que des carburants, des huiles et des additifs pour véhicules automobiles, et une plus petite part, à des articles coûteux, tels que des véhicules neufs.

Le seul groupe de marchandises dont les ventes ont baissé en 2008 est celui des véhicules automobiles, pièces et services qui a représenté un cinquième des dépenses totales. Cette situation reflète la plus importante baisse annuelle de l'indice des prix d'achat des voitures particulières depuis 1955, ainsi que la diminution des ventes de véhicules à prix plus élevé, tels que les camions et les VUS. La part du marché des voitures particulières revenant à celles construites en Amérique du Nord a été la plus faible jamais enregistrée.

L'analyse des parts de marché met en relief l'évolution des habitudes des consommateurs en ce qui concerne le genre de magasin où ils se rendent pour faire leurs achats de biens et services. Le présent article illustre l'analyse des parts de marché et de la composition de la gamme de marchandises pour les magasins de marchandises diverses comparativement à d'autres types de magasins. En pourcentage de leurs ventes totales, les magasins de marchandises diverses ont vendu plus d'aliments et de boissons, d'articles de sports et de loisirs et d'articles ménagers. Le principal déterminant de l'accroissement d'une année sur l'autre des ventes des magasins des marchandises diverses a été une hausse de 14,6 % des ventes d'aliments et de boissons.

2 Les Canadiens ont consacré une plus grande part de l'argent dépensé chez les détaillants aux aliments et aux carburants pour véhicules automobiles en 2008

En 2008, la hausse des prix a amené les Canadiens à consacrer une plus grande part de leurs dépenses chez les détaillants aux aliments et aux boissons et aux carburants pour véhicules automobiles[1]. Cette année-là, les aliments et les boissons, ainsi que les carburants, les huiles et les additifs pour véhicules automobiles représentaient le tiers du total des ventes au détail. Parallèlement, les Canadiens ont réduit leurs dépenses en véhicules automobiles, tant neufs que d'occasion.

1 Les données sur le commerce de détail qui figurent dans le présent article ne sont pas désaisonnalisées, sauf indication contraire. Afin de réduire au minimum l'effet de la saisonnalité, la croissance est calculée relativement à la même période l'année précédente. Le PIB désaisonnalisé était plus faible au quatrième trimestre de 2008 qu'au troisième trimestre de 2008 et qu'au quatrième trimestre de 2007. L'emploi désaisonnalisé était plus faible qu'au troisième trimestre de 2008, mais plus élevé qu'au quatrième trimestre de 2007. L'Enquête trimestrielle sur les marchandises vendues au détail est conçue pour recueillir au niveau national les données sur les ventes au détail par produit auprès d'un sous-échantillon d'entreprises qui participent à l'Enquête mensuelle sur le commerce de détail.

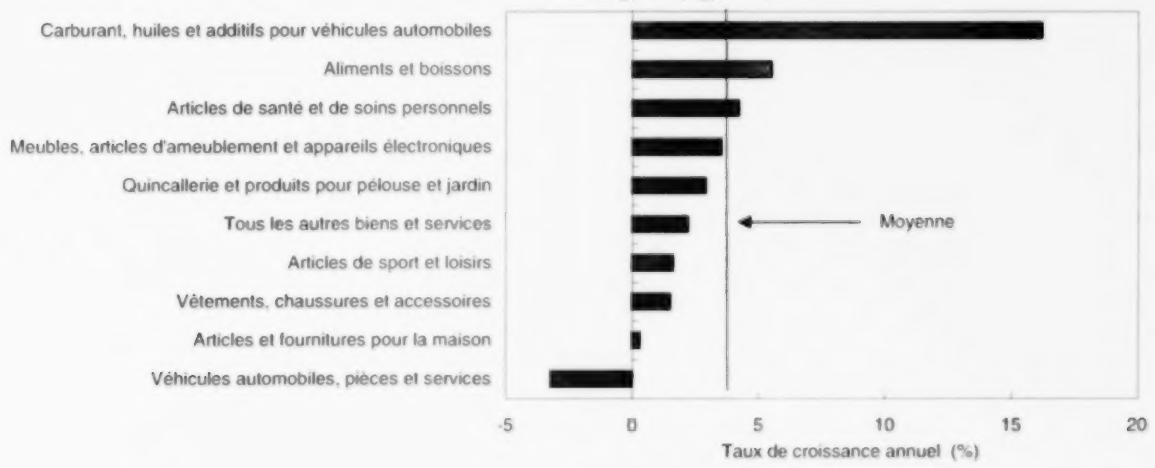
Les dépenses dans les magasins de détail ont ralenti en 2008, ce qui reflète la baisse du PIB et de l'emploi au quatrième trimestre. Au cours des trois premiers trimestres de l'année, le total des ventes au détail, exprimé en dollars courants, avait augmenté d'environ 5 % par rapport aux mêmes trimestres en 2007, c'est-à-dire une progression un peu plus faible qu'au cours des trois années précédentes. Au quatrième trimestre, les ventes en dollars courants avaient baissé d'environ 1 % comparativement au même trimestre de l'année précédente. En dollars constants, la croissance des ventes a été un peu plus faible, en raison d'un accroissement de 4,1 % au cours des trois premiers trimestres de 2008 et d'un recul de 0,4 % au quatrième trimestre[2].

Par habitant, les Canadiens ont dépensé en moyenne 12 752 $ chez les détaillants en 2008, ce qui représente un accroissement de 3,4 % par rapport à 2007.

Les aliments et les boissons, les véhicules automobiles, pièces et services, ainsi que les carburants, huiles et additifs pour véhicules automobiles représentaient plus de la moitié des dépenses totales dans les magasins de détail en 2008. Des 12 752 $ dépensés par habitant cette année-là, 2 801 $, soit 22 %, ont été consacrés aux aliments et aux boissons, c'est-à-dire une hausse de 5,5 % par rapport à 2007. Les dépenses en carburant, huiles et additifs pour véhicules automobiles se sont chiffrées à 1 450 $, ce qui représente une hausse de 16,1 % par rapport à l'année précédente. Les carburants, huiles et additifs pour véhicules automobiles représentaient 11,4 % du total des dépenses, soit la part la plus importante observée depuis le début de cette série. L'augmentation des dépenses consacrées aux deux groupes de marchandises est due en grande partie à la hausse des prix des aliments et des carburants.

Les autres groupes de marchandises qui ont connu une croissance supérieure à la moyenne sont ceux des produits de santé et de soins personnels (+4,2 %) et des meubles, accessoires de maison et appareils électroniques (+3,5 %). Cette croissance s'est produite en majorité au cours des trois premiers trimestres de l'année, le repli de l'économie ayant fait baisser les taux de croissance au quatrième trimestre.

Graphique 1
Les carburants, huiles et additifs pour véhicules automobiles ont affiché la croissance la plus importante en 2008



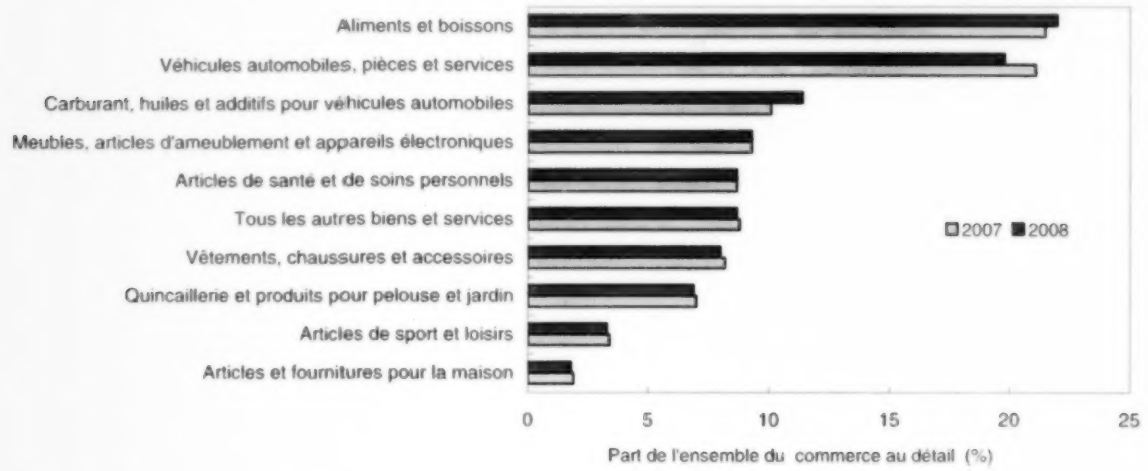
Source(s) : Statistique Canada, CANSIM, tableau 080-0018.

En 2008, les Canadiens ont consacré une plus petite part de leurs achats au détail aux véhicules automobiles, pièces et services. Ce groupe de marchandises représentait 19,8 % du total des ventes au détail, c'est-à-dire la part la plus faible observée depuis le début de la série en 1998. Ce recul reflète le plus petit nombre de véhicules

2 Source : Statistique Canada, CANSIM, tableau 080-0016.

automobiles neufs vendus, les prix d'achat plus faibles des véhicules automobiles neufs, ainsi qu'un changement dans la composition des achats, des camions vers les voitures particulières.

Graphique 2
En 2008, les Canadiens ont consacré une part plus importante de leurs achats au détail à des articles achetés fréquemment, tels que les aliments, les boissons et les carburants pour véhicules automobiles, et une plus petite part aux véhicules neufs



Source(s) : Statistique Canada, CANSIM, tableau 080-0018.

3 Les ventes de carburants pour véhicules automobiles ont été le plus important contributeur à la croissance des ventes au détail

Les ventes au détail de carburants, d'huiles et d'additifs pour véhicules automobiles ont augmenté de 16,1 % pour atteindre 48,6 milliards de dollars en 2008, comparativement à une progression de 12,0 % en 2007. En raison de la hausse de 2008, ce groupe de marchandises a été à l'origine de près de la moitié de la croissance totale des ventes au détail. Cette croissance est attribuable à la hausse du prix de l'essence. Bien que celui-ci ait chuté en novembre et en décembre, le recul n'a pas été suffisant pour compenser la montée des prix survenue au cours des 10 premiers mois de l'année. Alors que le nombre de véhicules automobiles en circulation a augmenté en 2008, les distances parcourues ont diminué[3].

Selon l'Indice des prix à la consommation, le prix de l'essence a augmenté de 12,7 % en 2008, taux en hausse comparativement à celui de 4,5 % enregistré une année plus tôt[4]. Le prix national moyen pondéré de l'essence sans plomb ordinaire dans les stations libre-service en 2008 était de 1,14 $ du litre, en hausse de 12 cents par rapport à 1,02 $ du litre en 2007. Un sommet a été atteint en juillet 2008, à 1,36 $ du litre[5]. Cependant, en décembre 2008, le prix de l'essence était environ 26 % plus faible que le même mois l'année précédente.

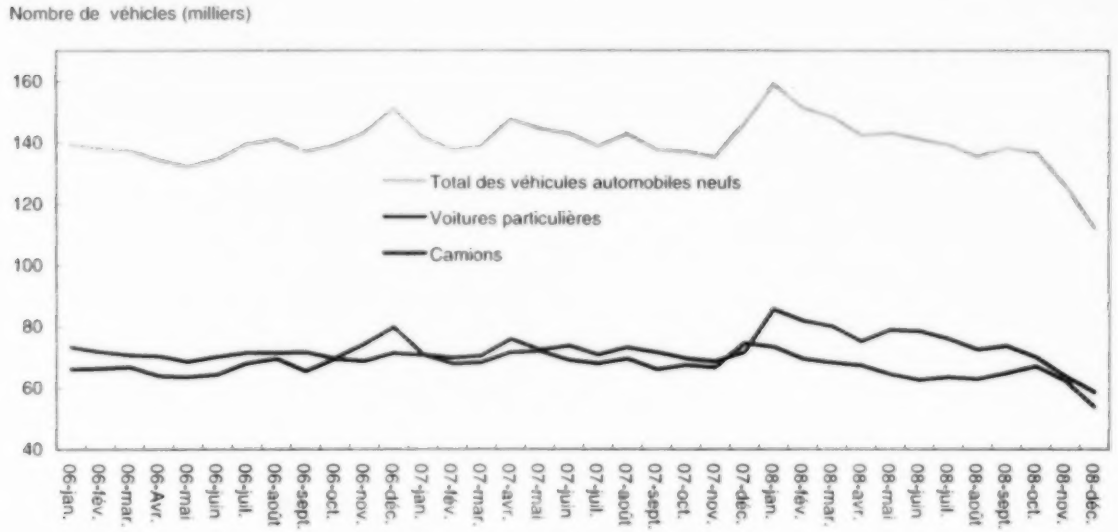
Si l'on exclut les carburants, huiles et additifs pour véhicules automobiles, les ventes au détail ont augmenté de 2,0 % en 2008.

3 Source : Statistique Canada, CANSIM, tableau 405-0008.
4 Source : Statistique Canada, CANSIM, tableau 326-0021.
5 Voir M.J. Ervin & Associates Inc., http://www.mjervin.com/subscriptions/month_rul_posted_2008.htm (site consulté le 10 juin 2009).

4 Seul le groupe des véhicules automobiles, pièces et services a baissé en 2008

Le seul groupe de marchandises dont les ventes ont diminué en 2008 était celui des véhicules automobiles, pièces et services, qui a enregistré une baisse de 3,2 % par rapport à 2007. Celle-ci a été entraînée par les ventes plus faibles de véhicules automobiles neufs.

Graphique 3
Les ventes de véhicules automobiles neufs ont diminué en 2008



Source(s) : Statistique Canada, CANSIM, tableau 079-0003

D'après l'Enquête sur les ventes de véhicules automobiles neufs, le nombre de véhicules neufs vendus en 2008 a diminué de 1,0 % pour s'établir à 1,67 million d'unités. Le niveau des ventes de véhicules automobiles neufs a varié considérablement au cours de l'année, étant ferme au départ et s'affaiblissant durant la deuxième moitié de l'année. Durant la première moitié de l'année, les ventes étaient supérieures à la moyenne mensuelle de 2007, tandis que durant la deuxième moitié, elles ont commencé à baisser et, rien qu'au quatrième trimestre, elles ont chuté de près de 20 % comparativement au trimestre précédent.

La baisse des ventes de camions construits en Amérique du Nord a été le facteur déterminant du fléchissement des ventes. Le nombre de camions vendus (qui comprend les mini-fourgonnettes, les véhicules utilitaires sport, les camions légers et lourds, les fourgonnettes et les autobus) a baissé de 6,2 % en 2008, principalement, en raison d'une régression des ventes de camions construits en Amérique du Nord, qui représentaient 86 % du total des ventes de camions. Les ventes de camions construits outre-mer ont augmenté de 8,6 % durant la même période.

Inversement, le nombre de voitures particulières neuves vendues a augmenté de 4,1 % en 2008 pour atteindre 894 506 unités. Les ventes de voitures particulières neuves ont atteint un sommet au début de l'année et sont demeurées fermes pour une grande partie de 2008. Au cours des deux derniers mois de l'année, les ventes globales de voitures particulières ont baissé de 17,0 %.

En 2008, les voitures particulières construites en Amérique du Nord ont perdu deux points de pourcentage du marché au profit de celles construites outre-mer, leur part s'établissant à 62 % des ventes totales de voitures. Il s'agit de la part de marché la plus faible enregistrée pour la présente série. Les ventes de voitures particulières construites outre-mer ont augmenté de 9,4 % en 2008, ce qui représente l'accroissement d'une année sur l'autre le

plus important depuis 2002. Inversement, les ventes de voitures particulières construites en Amérique du Nord ont progressé de 1,2 % en 2008, après s'être contractées en 2006 et en 2007.

La valeur des véhicules automobiles neufs vendus a baissé de 3,9 % en 2008 pour s'établir à 51,6 milliards de dollars, faisant tomber les ventes en dessous du niveau de 2005. Cette diminution de la valeur des ventes est due au plus petit nombre de véhicules achetés, ainsi qu'aux prix d'achat plus faibles. Selon l'Indice des prix à la consommation, le prix payé pour l'achat et pour la location à bail de voitures particulières a diminué de 6,9 % par rapport à 2007[6].

Le fait que les Canadiens ont acheté un plus grand nombre de voitures particulières et un moins grand nombre de camions en 2008 qu'en 2007 est un autre facteur qui a contribué à la baisse de la valeur monétaire des ventes de véhicules. Comme les camions ont tendance à coûter plus cher que les voitures particulières, en en achetant moins, la valeur monétaire des ventes en serait affectée.

Les ventes plus faibles de véhicules neufs reflètent aussi un ralentissement des ventes de véhicules d'occasion. La valeur des voitures d'occasion vendues a diminué de 3,7 % pour atteindre 20,8 milliards de dollars. En termes monétaires, plus des trois quarts des voitures d'occasion vendues par des détaillants le sont par des concessionnaires d'automobiles neuves. Les ventes de pièces et accessoires pour véhicules automobiles ont augmenté de 7,2 %.

5 Baisse du taux de croissance des ventes de produits de santé et de soins personnels

En 2008, les ventes de produits de santé et de soins personnels ont augmenté de 4,2 %, pour atteindre 37,2 milliards de dollars. Ce taux de croissance était environ deux fois moins élevé que ceux observés les deux années précédentes et le plus faible enregistré depuis le début de la série en 1998. Pour chacune des marchandises du groupe des produits de santé et de soins personnels, c'est-à-dire les médicaments délivrés sur ordonnance et en vente libre, les cosmétiques et les parfums, ainsi que les articles de toilette et les articles de lunetterie, le taux de croissance a été inférieur d'au moins un tiers à celui de l'année précédente.

Les ventes de médicaments sur ordonnance représentaient juste un peu plus des deux tiers de la croissance globale dans cette catégorie, ayant augmenté de 5,2 % en 2008, en baisse par rapport aux 10,5 % enregistrés un an plus tôt, et le taux le plus faible depuis le début de la série en 1998. Le prix n'a pas été le principal déterminant de la variation de cette série, car l'IPC pour les médicaments délivrés sur ordonnance est demeuré relativement stable depuis 2006. Les détaillants ont vu augmenter les ventes de médicaments en vente libre de 3,9 %, tandis que les ventes de cosmétiques et de parfums ont baissé légèrement durant la même période.

Pour la première fois depuis 2005, les pharmacies et les magasins de produits de soins personnels ont perdu des parts du marché des ventes de produits de santé et de soins personnels en 2008. Leur part du marché a fléchi d'un quart de point pour s'établir à 68,3 %. Les pharmacies et les magasins de produits de soins personnels ont perdu du terrain en ce qui concerne les médicaments en vente libre au profit des magasins de marchandises diverses et en ce qui concerne les produits de toilette et les produits de soins personnels, au profit des magasins de vêtements et accessoires.

6 Baisse des ventes au détail au quatrième trimestre de 2008, première baisse d'une année à l'autre en plus de 15 ans

Après une croissance modérée au cours des trois premiers trimestres de l'année, les ventes au détail ont reculé de 0,8 % au quatrième trimestre de 2008 par rapport au quatrième trimestre de 2007. Il s'agit de la première baisse d'une année à l'autre en plus de 15 ans.

6 Source : Statistique Canada, CANSIM, tableau 326-0021.

Le groupe de marchandises le plus durement touché a été celui des véhicules automobiles, pièces et services, dont les ventes ont baissé de 8,8 % au quatrième trimestre comparativement au même trimestre de 2007. Ce recul peut être attribué aux ventes plus faibles de véhicules de prix élevé, tels que les camions et les VUS, ainsi qu'à la baisse des prix des véhicules neufs.

Les fluctuations du prix de l'essence ont influé sur le profil des ventes de carburants, d'huiles et d'additifs pour véhicules automobiles. Ce groupe de marchandises a connu une croissance de 10 % et plus au cours des trois premiers trimestres de 2008. Par contre, au dernier trimestre de l'année, il a subi un repli relativement important (7,4 %), qui reflète les baisses appréciables du prix de l'essence survenues en novembre et en décembre 2008.

Les ventes ont également baissé pour les groupes des meubles, des accessoires de maison et des appareils électroniques (2,6 %), des articles de sports et de loisirs (1,1 %) et des vêtements, chaussures et accessoires (0,5 %) au quatrième trimestre de 2008. Les ventes de toutes ces marchandises avaient augmenté au cours des neuf premiers mois de 2008 comparativement à la même période en 2007.

Les marchandises n'ont pas toutes vu leurs ventes diminuer au quatrième trimestre comparativement au même trimestre de 2007. Les ventes d'aliments et de boissons ont augmenté de 6,6 % au dernier trimestre de 2008, principalement à cause de la hausse des prix des aliments. Selon l'Indice des prix à la consommation, le prix des aliments achetés en magasin a augmenté de 8,4 % au quatrième trimestre de 2008 comparativement au même trimestre de 2007[7]. Une croissance a également été relevée pour les produits de santé et de soins personnels (+3,0 %), tous les autres biens et services (+1,6 %), les articles de quincaillerie et les produits pour pelouses et jardins (+1,4 %), ainsi que les articles ménagers (+1,7 %).

Les accroissements des ventes d'aliments et de boissons ont été les principaux déterminants de l'augmentation des ventes des magasins de marchandises diverses au dernier trimestre de 2008. Ces magasins ont vu leurs ventes croître de 4,5 % au quatrième trimestre comparativement au même trimestre de 2007. Les magasins de marchandises diverses, ainsi que les magasins d'aliments et de boissons et les pharmacies et magasins de produits de soins personnels représentent les seuls secteurs où les ventes ont progressé au quatrième trimestre de 2008.

7 Les magasins de marchandises diverses ont accru leur part de marché en 2008

Après avoir vu leur part de marché se contracter dans 6 des 10 groupes de marchandises en 2007, les magasins de marchandises diverses ont maintenu ou accru leur part dans tous les groupes de marchandises en 2008. Dans ce secteur, les ventes ont augmenté de 5,9 % par rapport à 2007, près de la moitié de cette croissance étant imputable à une hausse des ventes d'aliments et de boissons. Pour la première fois depuis 2004, le taux de croissance des ventes des magasins de marchandises diverses a été supérieur à celui observé pour le secteur du commerce de détail dans son ensemble.

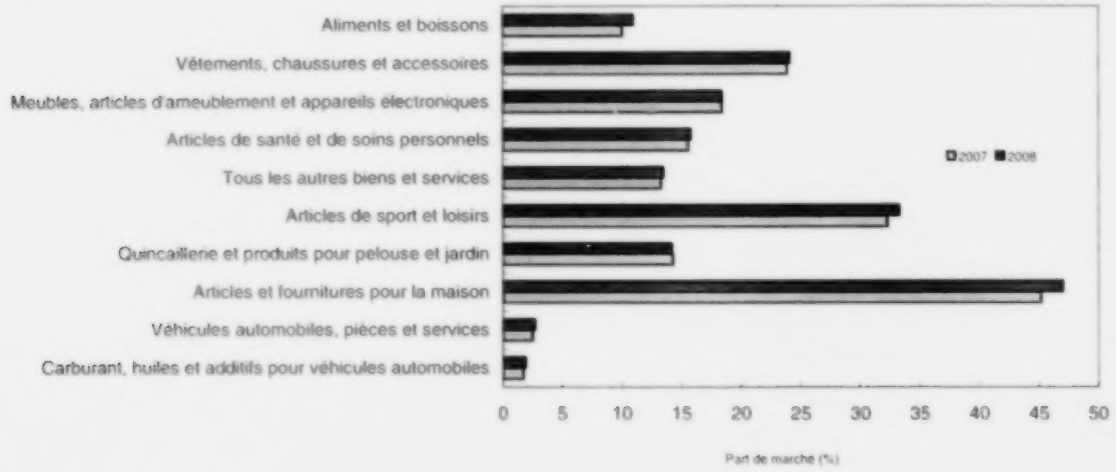
L'accroissement des ventes des magasins de marchandises diverses a résulté principalement d'une augmentation de 14,6 % des ventes d'aliments et de boissons. Cette dernière reflète la hausse des prix et des volumes des aliments, ce qui a entraîné un accroissement de près d'un point de pourcentage de la part de marché des magasins de marchandises diverses pour atteindre 11,0 % en 2008. Cette progression s'étendait à différentes catégories d'aliments et a eu lieu presque entièrement au détriment des magasins d'aliments et de boissons. Il s'agit de la sixième année d'affilée où les magasins d'aliments et de boissons ont perdu des parts de marché au profit des magasins de marchandises diverses. Ces derniers ont vu croître leur part des ventes d'aliments et de boissons de plus de trois points de pourcentage depuis 1999, la plupart des progrès ayant été réalisés depuis 2005.

La part du marché des vêtements et accessoires revenant aux magasins de marchandises diverses est demeurée relativement stable en 2008, interrompant la tendance à la baisse observée au cours des quelques dernières années. Les magasins de vêtements et d'accessoires sont demeurés les principaux détaillants de ces marchandises, bien qu'ils aient perdu de la part de marché en 2008 au profit d'autres secteurs de la vente au détail, tels que les détaillants divers (qui comprennent les magasins d'articles de sports, qui vendent beaucoup de vêtements et de chaussures).

7 Source : Statistique Canada, CANSIM, tableau 326-0021

La part du marché des articles de sports et de loisirs détenue par les magasins de marchandises diverses a augmenté d'un point de pourcentage pour atteindre 33 %. Cette hausse est attribuable aux détaillants divers, influencée en partie par un accroissement de quatre points de pourcentage de leur part du marché des CD, DVD, bandes vidéo et bandes audio préenregistrés.

Graphique 4
Parts de marché des marchandises vendues dans les magasins de marchandises diverses



Source(s) : Statistique Canada, CANSIM, tableau 080-0018.

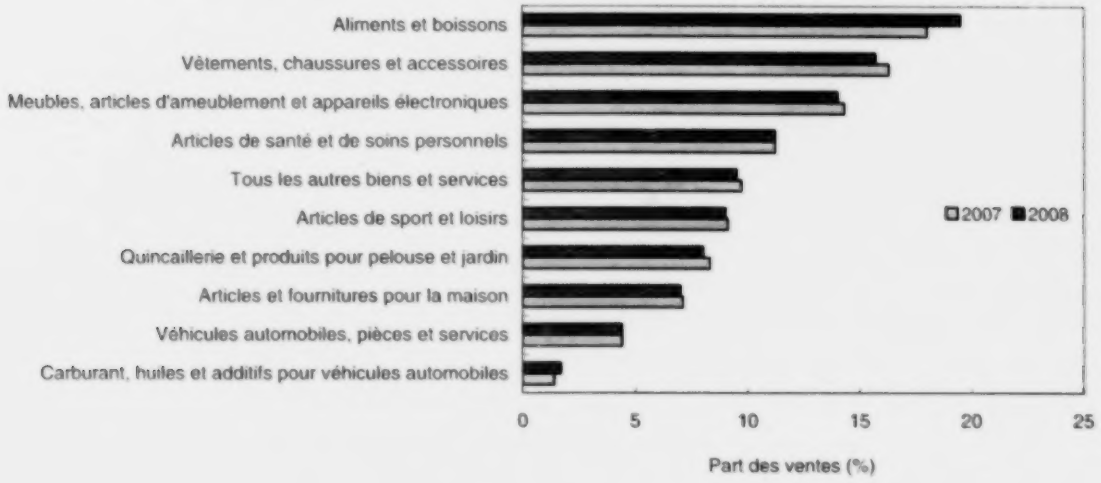
La part de marché des produits de santé et de soins personnels détenue par les magasins de marchandises diverses est demeurée assez stable en 2008. Depuis 1999, elle a augmenté de un et demi points de pourcentage, mais a été relativement stable depuis 2001.

Bien que la part du marché des meubles, des accessoires de maison et des appareils électroniques détenue par les magasins de marchandises diverses n'ait pas varié en 2008, la composition de cette catégorie de marchandises a changé. Ces magasins ont perdu plus d'un point de pourcentage de leur part du marché des téléviseurs au profit des magasins de meubles, d'accessoires de maison et d'appareils électroniques. Cette perte a été compensée par des gains pour d'autres marchandises. Entre 1999 et 2008, les magasins de marchandises diverses ont perdu quatre points de pourcentage de la part du marché des meubles, des accessoires de maison et des appareils électroniques.

En 2008, la part du marché des articles ménagers attribuable aux magasins de marchandises diverses a augmenté de deux points. Cette année-là, les magasins de marchandises diverses ont vendu près de la moitié des articles ménagers vendus au Canada, alors que ce groupe de marchandises représentait à peine 7,0 % de leurs ventes totales. Cette part de marché a été acquise principalement aux dépens des magasins de matériaux de construction et de produits extérieurs pour la maison.

Au cours des 10 dernières années, la composition de la gamme de marchandises vendues par les magasins de marchandises diverses a évolué. Il y a 10 ans, les vêtements, les chaussures et les accessoires étaient le groupe de marchandises dont les ventes étaient les plus importantes, représentant 23 % des ventes totales des magasins de marchandises diverses. En 2008, la part de ce groupe de marchandises était passée à 16 % et ne constituait plus la part la plus importante du total des ventes. Depuis 2006, les magasins de marchandises diverses ont connu une croissance de 10 % et plus de leurs ventes d'aliments et de boissons, ce groupe de marchandises étant devenu celui dont les ventes étaient les plus importantes en 2007. En 2008, il représentait 20 % du total des ventes des magasins de marchandises diverses.

Graphique 5
Ventilation des ventes des magasins de marchandises diverses par groupe de marchandises



Source(s) : Statistique Canada, CANSIM, tableau 080-0018.

Les produits de santé et de soins personnels occupent maintenant une place plus importante dans la gamme de marchandises vendues par les magasins de marchandises diverses, leur part ayant augmenté de trois points de pourcentage au cours des dix dernières années, pour représenter 11 % de l'ensemble des ventes. Cependant, malgré l'accroissement de leurs ventes de produits de santé et de soins personnels, les magasins de marchandises diverses n'ont pas vu augmenter leur part de marché.

Au sujet de l'article

Remerciements

Cette étude n'aurait pu être complétée sans la persévérance et le professionnalisme de plusieurs personnes.

Cette étude a été préparée par Ashely Ker sous la responsabilité de la Directrice de la division de la statistique du commerce, Mary Beth Garneau.

L'auteur et l'équipe d'*Analyse en bref* tiennent aussi à remercier les membres du comité de revue et tous ceux et celles qui ont contribué à cette étude pour leur aide et les suggestions constructives.

Comité de revue : Ruth Barnes, Roland Boudreau, Marie Brodeur, Mary Beth Garneau, Paul Gratton, Serge Grenier et Wayne Smith

L'équipe *d'Analyse en bref* pour cet article comprend :

Rédacteur et conseiller: Jean-Bosco Sabuhoro
Rédacteur administratif : Christian Houle
Rédacteur en chef : Yvan Gervais

De plus, la contribution irremplaçable et professionnelle du personnel de la division de diffusion et de la division des communications et des services de bibliothèque a été grandement appréciée.

Citation

Cet article doit être cité comme suit dans les sections de références bibliographiques :

KER, Ashley. 2009. « Les détaillants en concurrence pour les parts de marché : bilan de 2008 des ventes au détail », *Analyse en bref*, nº 80, produit nº 11-621-M au catalogue de Statistique Canada, *http://www.statcan.gc.ca/pub/11-621-m/11-621-m2009080-fra.htm*, Ottawa.

Dans les notes en pied de page, la citation prend la forme suivante :

Ashley KER, « Les détaillants en concurrence pour les parts de marché : bilan de 2008 des ventes au détail », *Analyse en bref*, nº 80, juillet 2009, produit nº 11-621-M au catalogue de Statistique Canada, *http://www.statcan.gc.ca/pub/11-621-m/11-621-m2009080-fra.htm*, Ottawa.

À propos d'Analyse en bref

Destinées à un large public, qui comprend notamment des professionnels, des chercheurs, des décideurs et des analystes de politiques ainsi que des éducateurs et des étudiants, les études de la série analytique *Analyse en bref* visent à éclairer les enjeux économiques d'actualité.

La série traite d'une grande variété de sujets. Parmi les sujets traités dans *Analyse en bref* jusqu'à maintenant figurent, entre autres :

- des analyses sur des enjeux économiques spécifiques tels que la consommation d'énergie, l'âge des infrastructures publiques et l'inflation touchant différents types de consommateurs spécifiques ;
- des bilans annuels des prix, du commerce de détail, du commerce en gros et du secteur manufacturier ;
- des analyses industrielles de secteurs telles que l'industrie du bois d'oeuvre, l'industrie du vin, les diamants, le textile et l'industrie du vêtement au Canada ;
- des analyses d'enjeux socio-économiques telles que l'emploi et les retraites dans la fonction publique fédérale, la dynamique de la surqualification au Canada ou les conséquences financières du veuvage chez les femmes âgées.

Analyse en bref aide à mieux comprendre les principales questions relatives à l'économie canadienne et constitue une source d'analyses impartiales.

Toutes les études publiées dans la série *Analyse en bref* ont fait l'objet d'une revue des pairs.

Le contenu analytique de *Analyse en bref* est illustré par des tableaux et des graphiques aux titres clairs et qui présentent les statistiques les plus à jour. Des descriptions des sources de données et des méthodes statistiques utilisées y sont également incluses.

Communiquer avec le rédacteur en chef

Toute correspondance, dans l'une ou l'autre des langues officielles du Canada, doit être adressée à :

Rédacteur en chef, *Analyse en bref*
Statistique Canada
170 promenade Tunney's Pasture
3-A2 Jean-Talon
Ottawa (Ontario) K1A 0T6
courriel : *analysisinbrief-analyseenbref@statcan.gc.ca*
Télécopieur : 613-951-0569

Liste de distribution - abonnement gratuit

Analyse en bref

Abonnez-vous à notre service gratuit de nouvelles par courrier électronique. Recevez un avis automatique lorsque de nouveaux numéros d'*Analyse en bref* deviennent disponibles, grâce à notre option « Mon compte ».

Pour vous abonner :

Pour vous inscrire gratuitement à notre liste de distribution, veuillez suivre les instructions ci-dessous. Vous serez dirigé vers notre service d'inscription centrale couvrant toutes les publications de Statistique Canada lorsque vous cliquerez sur le lien à la fin de cette page. Ce service s'appelle « Mon compte ».

Si vous n'avez pas déjà complété une inscription pour une autre publication, il vous faudra d'abord créer un nouveau compte d'utilisateur en cliquant sur « créer un compte maintenant ».

Lorsque votre compte aura été créé, vous serez redirigé à la page initiale de « Mon compte ». Il vous faudra alors entrer votre nom d'utilisateur et le mot de passe que vous avez créés.

Dans la section « Gestion de mes avis », sous la rubrique « 1. Publications », cliquez sur le lien « publications » sur la ligne « Choisissez vos publications ».

Descendez ensuite plus bas dans la page et vous trouverez une liste de sujets. Cliquez sur « 5. Comptes économiques » et la première publication est « Analyse en bref ». Cochez le carré et descendez tout en bas de la page pour sauvegarder votre choix en cliquant sur le bouton « sauvegarder ».

Vous pouvez cliquer sur « terminer la session » en haut de l'écran à droite. Vous serez alors inscrit.

Merci de l'intérêt porté à *Analyse en bref*.

Pour retirer votre nom de la liste :

Si vous désirez cesser de recevoir les avis, il suffit de retourner à la page « Mon compte », d'entrer votre nom d'utilisateur et votre mot de passe et de cliquer sur « 2. Désabonnez-vous » en suivant les instructions. *https://www3.statcan.gc.ca/access-acces/authorization-autorisation/login-ouvrir-fra.aspx*

Bilans annuels antérieurs

2008

Ventes en gros : un bilan de l'année 2008, *Analyse en bref*, nº 79,
http://www.statcan.gc.ca/pub/11-621-m/11-621-m2009079-fra.htm

Commerce de détail : bilan des provinces pour 2008, *Analyse en bref*, nº 78
http://www.statcan.gc.ca/pub/11-621-m/11-621-m2009078-fra.htm

Fabrication : bilan de l'année 2008, *Analyse en bref*, nº 76
http://www.statcan.gc.ca/pub/11-621-m/11-621-m2009077-fra.htm

L'année 2008 en revue, *L'Observateur économique canadien*, avril 2009
http://www.statcan.gc.ca/pub/11-010-x/2009004/part-partie3-fra.htm

Commerce international de marchandises – Revue annuelle, 2008, nº 65-208X2008000 au catalogue
http://www.statcan.gc.ca/pub/65-208-x/65-208-x2008000-fra.htm

Les prix à la consommation : un bilan de l'année 2008, *Analyse en bref*, nº 76
http://www.statcan.gc.ca/pub/11-621-m/11-621-m2009076-fra.htm

2007

L'agriculture canadienne en 2007 — Les prix et le revenu agricole s'améliorent à mesure que la demande mondiale pour les aliments augmente, *Regards sur l'industrie agro-alimentaire et la communauté agricole*, octobre 2008
http://www.statcan.gc.ca/pub/21-004-x/21-004-x2008002-fra.htm

Les détaillants en concurrence pour les parts de marché : bilan de 2007 des ventes au détail, *Analyse en bref*, nº 75
http://www.statcan.gc.ca/pub/11-621-m/11-621-m2008075-fra.htm

Prix à la consommation : un bilan de l'année 2007, *Analyse en bref*, nº 74
http://www.statcan.gc.ca/pub/11-621-m/11-621-m2008074-fra.htm

Ventes en gros : un bilan de l'année 2007, *Analyse en bref*, nº 72
http://www.statcan.gc.ca/pub/11-621-m/11-621-m2008072-fra.htm

Commerce de détail : bilan des provinces pour 2007, *Analyse en bref*, nº 71
http://www.statcan.gc.ca/pub/11-621-m/11-621-m2008071-fra.htm

Fabrication : bilan de l'année 2007, *Analyse en bref*, nº 70
http://www.statcan.gc.ca/pub/11-621-m/11-621-m2008070-fra.htm

Ventes de véhicules automobiles neufs : bilan de l'année 2007, *Analyse en bref*, nº 69
http://www.statcan.gc.ca/pub/11-621-m/11-621-m2008069-fra.htm

Stabilité turbulente : l'économie du Canada en 2007, *L'Observateur économique canadien*, avril 2008
http://www.statcan.gc.ca/pub/11-010-x/00408/10559-fra.htm

Commerce international de marchandises – Revue annuelle, 2007, nº 65-208X2007000 au catalogue
http://www.statcan.gc.ca/pub/65-208-x/65-208-x2007000-fra.htm

2006

Les détaillants en compétition pour les parts de marché : bilan de 2006 des ventes au détail, *Analyse en bref*, nº 60
http://www.statcan.gc.ca/pub/11-621-m/11-621-m2007060-fra.htm

Commerce de détail : bilan des provinces pour 2006, *Analyse en bref*, nº 76
http://www.statcan.gc.ca/pub/11-621-m/11-621-m2007057-fra.htm

Ventes en gros : un bilan de l'année 2006, *Analyse en bref*, nº 56
http://www.statcan.gc.ca/pub/11-621-m/11-621-m2007056-fra.htm

Ventes de véhicules automobiles neufs : bilan de l'année 2006, *Analyse en bref*, nº 54
http://www.statcan.gc.ca/pub/11-621-m/11-621-m2007054-fra.htm

Revue de fin d'année : la ruée vers l'Ouest, 2006, *L'Observateur économique canadien*, avril 2007
http://www.statcan.gc.ca/pub/11-010-x/00407/9615-fra.htm

Commerce international de marchandises – Revue annuelle, nº 65-208X2006000 au catalogue
http://www.statcan.gc.ca/pub/65-208-x/65-208-x2006000-fra.htm

2005

L'agriculture canadienne en 2005 : Bilan d'une année difficile, *Regards sur l'industrie agro-alimentaire et la communauté agricole*, juin 2006
http://www.statcan.gc.ca/pub/21-004-x/21-004-x2006002-fra.pdf

Industries manufacturières : l'année 2005 en revue, *Analyse en bref*, nº 45
http://www.statcan.gc.ca/pub/11-621-m/11-621-m2006045-fra.htm

Une analyse de l'industrie du transport en 2005, *Analyse en bref*, nº 44
http://www.statcan.gc.ca/pub/11-621-m/11-621-m2006044-fra.htm

Une revue de la construction de bâtiments non résidentiels en 2005, *Analyse en bref*, nº 43
http://www.statcan.gc.ca/pub/11-621-m/11-621-m2006043-fra.htm

Une analyse des prix à la consommation en 2005, *Analyse en bref*, nº 42
http://www.statcan.gc.ca/pub/11-621-m/11-621-m2006042-fra.htm

Entre le producteur et le détaillant : une revue du commerce de gros en 2005, *Analyse en bref*, nº 40
http://www.statcan.gc.ca/pub/11-621-m/11-621-m2006040-fra.htm

Bilan de l'année : la revanche de la vieille économie, 2005, *L'Observateur économique canadien*, avril 2006
http://www.statcan.gc.ca/pub/11-010-x/00406/9178-fra.htm

Commerce international de marchandises – Revue annuelle, nº 65-208X2005000 au catalogue
http://www.statcan.gc.ca/pub/65-208-x/65-208-x2005000-fra.htm